



# Medienschule

Die Grundausrüstung für alle Pfarrmedien:  
Ziele, Zielgruppen, Themen, Bilder, Konzept, Planung, Recht

Pfarrmedientag Wien, 28. Sept. 2019 | Peter Morawetz

# Starthilfe: 4 Fragen

- Warum Pfarrmedien?
- Welche Pfarrmedien?
- Welche Zielgruppen?
- Wie ist die Pfarre?



# Starthilfe: warum Pfarrmedien?

- Machen Pfarre und Kirche präsent, „real“
- Zeigen, wie wir sind bzw. sein wollen
- Sorgen für Gemeinschaftsgefühl
- Schaffen Kontakt zu Kirchenfernen



# Starthilfe: welche Pfarrmedien?

## 1. Analog, offline

- **Pfarrblatt**
- Pfarrnachrichten/Wochenzettel
- **Plakate, Schaukasten**
- Schriftenstand
- Flyer, Folder, Broschüren, Postkarten



# Starthilfe: welche Pfarrmedien?

## 2. Digital, online

- **Website**
- **Newsletter**
- Rundmail
- **Soziale Medien/Social Media**



# Starthilfe: welche Pfarrmedien?

- Eigenschaften, Vor- und Nachteile für alle Pfarrmedien
  - im **PFARRMEDIEN-GUIDE** und auf
  - [pfarrmedien.at/pages/pfarrmedien/einstieg](https://pfarrmedien.at/pages/pfarrmedien/einstieg)



# Starthilfe: welche Zielgruppen?

- Wie erreichen wir Familien, Jugendliche usw.?
- Welches Medium ist für welche Zielgruppe geeignet?
- Übersicht
  - im **PFARRMEDIEN-GUIDE** und auf
  - [pfarrmedien.at/pages/pfarrmedien/einstieg](https://pfarrmedien.at/pages/pfarrmedien/einstieg)

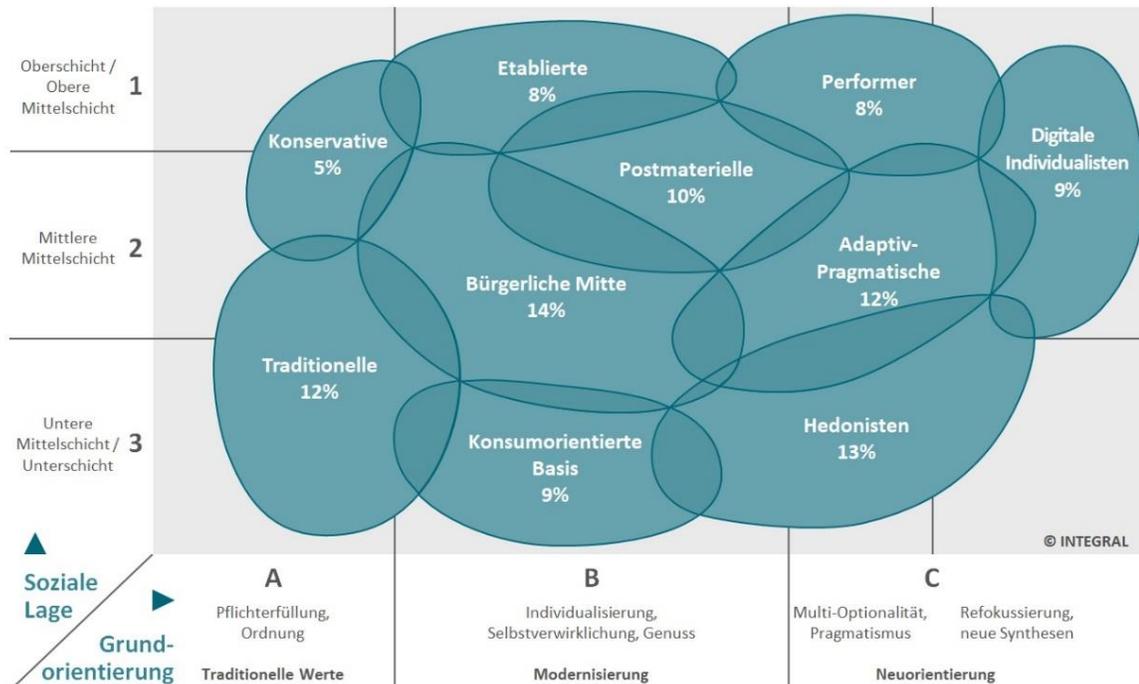


# Starthilfe: wie ist die Pfarre?



- Selbstbild

## Sinus-Milieus



## Lebensführungstypologie

Ausstattungslevel / kulturelles und ökonomisches Kapital	gehoben	Gehoben-Konservative 3,6%	Statusbewusst-Arrivierte 9,0%	Leistungsbewusst-Intellektuelle 8,0%	Reflexive Avantgardisten 7,9%
	mittel	Solide Konventionelle 9,7%	Statusorientiert-Bürgerliche 15,2%	Bürgerlich-Leistungsorientierte 10,7%	Expeditiv-Pragmatische 9,0%
niedrig	Limitiert-Traditionelle 10,1%	Defensiv-Benachteiligte 8,1%	Konsum-Materialisten 4,0%	Jugendkulturell-Unterhaltungsorientierte 4,7%	
LEBENS FÜHRUNGS TYPOLOGIE	traditional biografische Schließung	teilmmodern biografische Etablierung	teilmmodern biografische Konsolidierung	modern biografische Offenheit	
Modernität / biografische Perspektive der Lebensführung					

Anordnung und prozentuale Anteile der Lebensführungstypen im Sozialen Raum (Datengrundlage: Best 4 Planning I 2017, n=30121, gewichtet)  
 © Marko Heyse / Marius Stelzer

# Starthilfe: wie ist die Pfarre?

- Fremdbild
  - Rückmeldungen aus Gesprächen, Pfarrkanzlei, Pfarrmedien (nicht repräsentativ)
  - Pfarr-Versammlung
  - Pfarr-Umfrage: Muster für Fragebogen im **PFARRMEDIEN-GUIDE** und auf [pfarrmedien.at](http://pfarrmedien.at)



# Starthilfe: wie ist die Pfarre?

- Leitbild
  - Viele Beispiele im Internet (Suchbegriff: Leitbild Pfarre)
  - Pastoralkonzept
- Öffentlichkeitsarbeit der Pfarre
  - Status
  - Ziele
  - Zielgruppen



# Starthilfe: Ziele von Pfarrmedien



- Ziele können aus dem Pastoralkonzept oder anderen Besonderheiten Ihrer Pfarre erwachsen
- Ein Ziel darf nicht fehlen: Wir verkündigen unseren Glauben.
- Denn viele Menschen haben den Kontakt zur Kirche verloren oder nie gefunden. Zu diesen sendet uns Jesus Christus.
- Pfarrmedien sind heute in einem radikalen Wandel begriffen: Von Vereinsmitteilungen zum Verkündigungsinstrument

# „Medienkoffer“: Wissen für alle Medien



- Inhalt: Was sagen wir?
  1. Bilder
  2. Themen
  3. Sprache
  4. Wahrnehmung
  5. Vernetzung
  6. Journalistische Formate

# „Medienkoffer“

- Organisation: Wie machen wir's?
  1. Redaktionskonzept
  2. Team
  3. Planung
  4. Recht





Foto: Pfarrmedien Österreich, Tobias Bosina



# Medienkoffer: Was sagen wir?

## 1. Bilder

- Werden schneller wahrgenommen als Text
- Bild emotional, „zielt aufs Herz“
- Daher Bild und Text gemeinsam planen
- FotografInnen in der Pfarre oder Bilddatenbanken
- Neu: [flickr.com/photos/pfarrmedien](https://www.flickr.com/photos/pfarrmedien)
- Rechte (Persönlichkeits-, Nutzungsrecht) klären



# Medienkoffer: Was sagen wir?



## 2. Themen

- Was interessiert? „Pfarrkanzlei-Test“
- Pfarrleben: Berichte, Vorschau, Termine...
- Glaubenthemen – nicht nur für Kirchenferne, Beispiele: Kirchenjahr, Sakramente, Heilige, Bibel, Weltkirche, Ökumene, Schöpfungsverantwortung, Kirchenbeitrag, Ehrenamt...
- „Lebenswelt“-Themen – je nach Zielgruppen-Milieus. Christentum hat in allen Lebensbereichen etwas zu sagen! Beispiele: Arbeit, Ehe, Familie, Freizeit, Klima, Digitalisierung, Gesundheit, Pflege...
- Kurze Elemente: Gebet, Zitate, Sprüche, Kirchenbegriffe...

# Medienkoffer: Was sagen wir?



## 3. Sprache

- „Kirchensprech“ schließt Menschen aus! Sprache unserer LeserInnen und UserInnen sprechen
- Weg mit „man“ und Passiv
- Bildhaft schreiben
- Füllwörter streichen
- Keine Amtssprache, Abkürzungen erklären
- Zeitwörter statt Hauptwörter
- Kurze Sätze: max. 20 Wörter

# Medienkoffer: Was sagen wir?



## 3. Sprache

Geschlechtergerechte Sprache:

- a. Sichtbar machen: LeserInnen, Leser\_innen, Leser\*innen...
- b. Neutrale Bezeichnungen: Menschen, Gläubige...
- c. Sätze anders formulieren: Wer, alle...

# Medienkoffer: Was sagen wir?



## 4. Wahrnehmung

- Bild vor Text!

Regelfall: Bild > Überschrift > Vorspann > Bildtext > Zwischentitel > Lauftext

- Trefferchancen nicht unnötig vergeben

## 5. Vernetzte Medien

- Information in jedem Medium soll für sich genügen
- Leiten Sie aber auf andere Medien, wenn dort weitere Inhalte zu finden sind
- So gewinnen Sie Kontaktpunkte

# Medienkoffer: Was sagen wir?

## 6. Journalistische Formate

- Meldung (Nachricht)
- Hintergrundbericht
- Reportage
- Porträt
- Interview
- Kommentar



# Medienkoffer: Wie machen wir's?



## 1. Redaktionskonzept

- ZIELE: z.B. Weitergabe unseres Glaubens, Darstellung einer lebendigen Pfarre
- ZIELGRUPPEN: Definieren Sie, wen Sie vorrangig erreichen wollen. Zwei bis drei (künstliche) „typische LeserInnen bzw. UserInnen“ beschreiben, mit Namen, Geschlecht, Alter, familiärer Lebensform, Wohnform, Einkommen, Besitzdaten (Auto...), Freizeitvorlieben, Zugang zu Glaube und Kirche.
- AUFGABEN, VERANTWORTUNG: wer macht was, wer führt?
- REDAKTIONELLE RICHTLINIEN: besonders für „freie“ MitarbeiterInnen
- INHALTE: worüber schreiben Sie, wie ist Ihr Medium aufgebaut
- FORM: wie schreiben Sie, wie sollen Artikel von Externen beschaffen sein
- ECKDATEN: für Pfarrblatt Auflage, Umfang, Format, Verteilung; für Website Struktur, Software

# Medienkoffer: Wie machen wir's?



## 2. Team

- Was brauchen wir: Gesamtverantwortung, Text, Bild, Layout, Produktion...
- Neue MitarbeiterInnen gewinnt man oft nicht durch die Frage „Wollen Sie bei uns mitarbeiten?“, sondern mit einem attraktiven Projekt, etwa der Neugestaltung der Website.
- Antoine de Saint-Exupéry: „Wenn Du ein Schiff bauen willst, dann rufe nicht die Menschen zusammen, um Holz zu sammeln, Aufgaben zu verteilen und die Arbeit einzuteilen, sondern lehre sie die Sehnsucht nach dem großen, weiten Meer.“

# Medienkoffer: Wie machen wir's?



## 3. Planung

- Jahres-Themenplan: aus Jahreskalender der Pfarre plus saisonale Themen
- Daraus z.B. fürs Pfarrblatt Themenplan einer Ausgabe
- Produktionsplan fürs Pfarrblatt: Wer macht was bis wann
- Muster im **PFARRMEDIEN-GUIDE** und auf [pfarrmedien.at](http://pfarrmedien.at)

# Medienkoffer: Wie machen wir's?



## 4. Recht

Pfarrmedien berühren gleich mehrere Gesetze und Rechtsmaterien, vor allem:

- Urheberrecht: Wer darf Bilder oder Texte aus fremden Quellen verwenden und wofür?
- Persönlichkeitsrechte: z.B. das Recht abgebildeter Personen
- Medienrecht: z.B. Impressum
- Datenschutzrecht: Welche persönlichen Daten dürfen gespeichert oder veröffentlicht werden?

Website [medien.katholisch.at](http://medien.katholisch.at), Menüpunkt „Rechtliches“:

Alle wesentlichen Rechtsmaterien und viele konkrete Fragen